

Décembre 2025

IPSOS UPDATE

Notre sélection des
publications d'Ipsos à
travers le monde



Ipsos Update Décembre 2025

Notre sélection des publications d'Ipsos à travers le monde

À mi-parcours de la décennie 2020, et au quart du 21e siècle, que pensent vraiment les gens de l'époque dans laquelle nous vivons ? L'ambiance générale est à la nostalgie. Notre rapport Ipsos Global Trends révèle que six personnes sur dix (sur 43 marchés) déclarent : « J'aimerais que mon pays redevienne comme avant ».

Il y a de nombreuses raisons pour lesquelles l'ambiance est morose aujourd'hui. Les préoccupations concernant les conflits militaires sont en hausse en Europe, les inquiétudes concernant la montée de l'extrémisme augmentent un peu partout, tandis que la criminalité est à nouveau en tête des préoccupations mondiales. Notre nouvelle étude [World Affairs & Security Report](#) constate que la proportion de personnes déclarant que « quand on y pense vraiment, plus de choses s'améliorent dans le monde ces jours-ci qu'elles ne s'aggravent »

est tombée à un nouveau plus bas de 33 %. Notre étude sur [l'état de la démocratie](#) révèle des préoccupations généralisées quant à l'évolution des choses en Europe et aux États-Unis. Et à peine un tiers s'attend à ce que la COP30 soit « efficace et apporte des résultats concrets » en matière de lutte contre le changement climatique.

Nous trouvons cependant quelques raisons d'un optimisme prudent dans le nouveau [Cost of Living Monitor](#). Moins de personnes pensent désormais que l'économie de leur pays est en récession, et les inquiétudes concernant la hausse des taux d'intérêt ont considérablement diminué au cours des deux dernières années. Les préoccupations concernant la hausse des coûts alimentaires et des produits essentiels sont au premier plan, mais pas tout à fait aux niveaux élevés qu'elles étaient.

Dans cette optique, notre équipe française a

été à la recherche de « [raisons d'être optimiste](#) ». Leur nouvelle analyse remet en question le discours négatif si répandu concernant la France aujourd'hui. Pendant ce temps, notre [rapport sur l'état de la nation](#) libanaise montre que, malgré les défis persistants, il y a eu des améliorations de la confiance des consommateurs, les produits locaux gagnant du terrain et le tourisme commençant à retrouver ses niveaux d'avant la crise.

L'édition de ce mois-ci présente également de nouvelles recherches fascinantes sur la façon dont les villes et les pays sont perçus par les gens du monde entier. Londres conserve sa première place dans l'indice Ipsos/Resonance [World's Best Cities](#), pour la onzième année consécutive. Pendant ce temps, notre rapport World Affairs révèle que la marque Canada se maintient bien, en tête de la liste des pays susceptibles d'avoir

une influence positive sur le monde, également pour la dixième année consécutive.

Comme toujours, nous espérons que cette sélection suscitera de nouvelles réflexions et soutiendra le travail que vous faites. Si vous souhaitez discuter de quoi que ce soit, n'hésitez pas à nous contacter.



Simon Atkinson
**Chief Knowledge
Officer**

Résumé des sondages

Quelques résultats du mois issus des sondages Ipsos à travers le monde

Canada :

46 % des Canadiens prévoient de prendre des vacances cet hiver malgré l'incertitude économique.

États-Unis :

55 % des Américains estiment qu'il y a plus de risques à prendre des mesures militaires à l'encontre des cartels basés à l'étranger que d'avantages à le faire.

Pérou :

59 % des Péruviens qui aimeraient commencer une nouvelle vie à l'étranger le feraient pour améliorer leur situation économique.

Chili :

45 % des ménages chiliens ont un revenu qui ne leur permet pas de tenir jusqu'à la fin du mois.



Brésil :

40 % des Brésiliens déclarent que les décès causés par la police pour combattre le crime organisé sont justifiables.

Grande-Bretagne :

50 % des Britanniques déclarent que l'immigration les préoccupe.

France :

97 % des Français sont incapables de distinguer la musique 100 % IA de la musique humaine.

Nouvelle-Zélande :

61 % des Néo-zélandais désignent le coût de la vie comme le problème le plus pressant auquel leur pays est confronté.

SOMMAIRE



Vit-on mieux qu'avant?

Une nostalgie généralisée

1



Attitudes envers la COP30

Attentes divisées, demandes systémiques et défis de gouvernance

2



Rapport sur les Affaires Mondiales et la Sécurité

La réputation de l'Amérique chute

3



Voir l'invisible

Comment la Vision IA et les agents IA transforment les tests de produits

4



Moniteur du coût de la vie 2025

Une majorité s'attend à une hausse de l'inflation

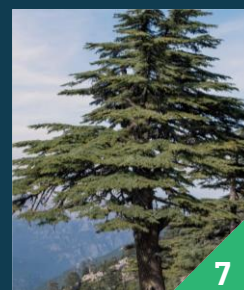
5



État de la Démocratie 2025

Menaces pesant sur la démocratie en Europe et aux États-Unis

6



Le Tour du Cèdre

L'élan nouveau du Liban en 2025

7



Le rapport 2026 sur les meilleures villes du monde

Londres conserve son titre de ville la plus attractive du monde

8



Une majorité de répondants préféreraient être nés en 1975 plutôt qu'en 2025, avec une marge de près de deux contre un (44% contre 24%).

Vit-on mieux qu'avant ?

Une nostalgie généralisée

Dans une nouvelle enquête Global Advisor menée dans 30 pays, Ipsos demande au public d'évaluer la vie en 2025 par rapport à ses perceptions de la vie en 1975.

Compte tenu du choix, les gens préféreraient être nés en 1975 plutôt qu'en 2025, avec une marge de près de deux contre un (44 % contre 24 %). Cela malgré le fait que 72 % des personnes interrogées dans les 30 pays sont nées après 1975. Une moyenne de 44 % déclarent qu'elles auraient préféré être nées à cette époque, loin devant les 24 % qui préfèrent l'époque actuelle.

Un seul pays se distingue : la Corée du Sud. C'est le seul endroit où plus de personnes choisiraient de naître

aujourd'hui (44 %) plutôt qu'il y a 50 ans (19 %). Pendant ce temps, la France est en tête des enjeux de la nostalgie, avec 57 % préférant 1975. La Belgique, le Mexique (tous deux 53 %), la Grande-Bretagne et la Nouvelle-Zélande (tous deux 52 %) suivent de près.

Il y a un sentiment généralisé que les gens étaient plus heureux autrefois. Une moyenne de 55 % déclarent que leur pays était un endroit plus heureux en 1975, avec seulement 16 % estimant que l'ambiance est meilleure actuellement. Il est à noter que notre enquête révèle que les gens n'ont pas toujours une compréhension détaillée de ce qui a changé au cours de cette période : les répondants ont tendance à surestimer l'espérance de vie dans

leur pays il y a 50 ans et à sous-estimer la longévité dans le monde d'aujourd'hui.

La génération Z brise le schéma (à peine). C'est le seul groupe d'âge où il y a une préférence pour être né dans les années 2020. Mais même parmi cette section la plus jeune de la population, la marge est très mince, reflétant la profondeur du malaise concernant notre présent et notre avenir.

LIRE PLUS

DOWNLOAD

CONTACT

Attitudes envers la COP30

Attentes divisées, demandes systémiques et défis de gouvernance

Avant la 30e réunion annuelle de l'ONU sur le climat (COP30), seulement une personne sur deux (44 %) dans 30 pays connaissait l'objectif de la conférence : une réunion entre pays pour négocier des actions visant à lutter contre le changement climatique.

Un tiers des personnes interrogées dans 30 pays (34 %) nous ont dit s'attendre à ce qu'elle soit efficace et apporte des résultats concrets. En revanche, une personne sur deux pensait qu'elle serait « purement symbolique » sans réel changement dans la lutte contre le changement climatique. Dans 30 pays, il y a un désir notable que les entreprises en fassent davantage. Sept personnes sur dix (69 %) sont d'accord pour dire que les

entreprises privilégient le profit au détriment des préoccupations environnementales, avec une proportion similaire (65 %) soutenant l'exigence que les entreprises et les industries allouent une partie de leurs bénéfices à la lutte contre le changement climatique.

Une personne sur deux (54 %) est d'accord pour dire que les milliardaires devraient supporter la majeure partie des coûts de la lutte contre le changement climatique, ce soutien atteignant 66 % en Turquie et en Italie, mais étant nettement plus faible au Japon (39 %) et en Argentine (45 %). En ce qui concerne les principaux obstacles à l'action climatique, les politiciens sont considérés comme un goulot

d'étranglement. Un manque de volonté politique parmi les dirigeants gouvernementaux est l'obstacle le plus cité à l'échelle mondiale (42 %), les pays d'Amérique latine étant particulièrement susceptibles de considérer cela comme un obstacle clé (51 % en moyenne dans la région).

Un manque d'application des lois contre la déforestation et la pollution (34 %) et un manque de financement pour les projets environnementaux (31 %) figurent également en bonne place.

LIRE PLUS

DOWNLOAD

CONTACT

Dans 30 pays, il y a un désir notable que les entreprises en fassent davantage.



Rapport sur les Affaires Mondiales et la Sécurité

La réputation de l'Amérique chute

Dans la dernière édition de notre sondage annuel Ipsos World Affairs pour le Forum international sur la sécurité d'Halifax, nous explorons les attitudes mondiales à l'égard des conflits et des menaces pour le monde.

Moins de la moitié (48 % en moyenne dans 30 pays) pensent désormais que l'Amérique aura un impact positif sur les affaires mondiales au cours de la prochaine décennie, soit une baisse de 12 points de pourcentage par rapport à notre sondage de l'année dernière, qui avait été réalisé juste avant que l'actuel président américain Donald Trump ne remporte l'élection.

Les voisins du nord de l'Amérique sont désormais les moins susceptibles de tous les 30 pays de penser que les


États-Unis auront un impact positif, avec seulement 24 % des Canadiens le déclarant, soit une baisse stupéfiante de 28 points par rapport à 2024.

La proportion de ceux qui pensent que les États-Unis auront un impact positif a diminué dans 29 des 30 pays en 2025. La réputation mondiale des États-Unis a également chuté pendant le premier mandat de Trump (2017-2021).

Les inquiétudes concernant la désinformation et le piratage restent élevées, un peu plus de trois quarts (77 % en moyenne dans 30 pays) déclarant que la propagation de la désinformation pour influencer l'opinion publique est une réelle menace dans le monde aujourd'hui. Le

piratage à des fins frauduleuses/d'espionnage (77 %) est à égalité avec la désinformation comme menace numéro un pour la deuxième année consécutive.

Cela se connecte à un sentiment général d'inquiétude dans les pays étudiés. Quatre cinquièmes (80 %) des répondants en moyenne à travers le monde estiment que celui-ci est devenu plus dangereux.



80 % des répondants en moyenne jugent que le monde est devenu plus dangereux au cours des dernières années.

LIRE PLUS

DOWNLOAD

CONTACT

Voir l'invisible

Comment la Vision IA et les agents IA transforment les tests de produits

L'essor de l'IA générative a eu un impact significatif sur le développement de produits, réduisant les cycles de plusieurs années à quelques mois seulement. Cette urgence est motivée par la nécessité d'un avantage de premier arrivé sur des marchés en évolution rapide. Cependant, si la rapidité est cruciale, la croissance durable dépend d'une compréhension vraie et totale de l'expérience produit, afin de prévenir l'insatisfaction des consommateurs et les dommages à la marque.

Dans ce document Ipsos Views, la troisième édition de notre série Humanizing AI, nous explorons comment l'intégration de l'intelligence humaine (IH) et de l'intelligence artificielle (IA) peut améliorer les tests de produits en utilisant des

technologies avancées telles que la vision IA et les agents IA. Ces outils transforment les tests d'utilisation à domicile (IHUT) traditionnels, qui dépendent généralement de la mémoire du consommateur, en capturant les expériences produit réelles avec la vidéo et en fournissant une analyse nuancée.

L'utilisation de l'ethnographie vidéo, associée à la Vision IA, révèle des moments d'utilisation des produits que les enquêtes pourraient négliger, offrant une vision plus complète de l'expérience consommateur. Elle permet aux entreprises d'observer les consommateurs interagir avec les produits de manière non filtrée, fournissant des informations plus approfondies et exploitables.

Voir les expériences produit à grande

échelle réduit le risque d'échec du produit et permet aux marques de répondre plus efficacement aux attentes. En tirant parti de cette méthodologie de recherche avancée, basée sur l'IA, les entreprises peuvent anticiper les tendances, prendre des décisions éclairées et innover efficacement pour satisfaire et dépasser les demandes des consommateurs sur le marché hautement concurrentiel d'aujourd'hui.

LIRE PLUS

DOWNLOAD

CONTACT

Les vidéos à domicile, combinées à la Vision IA et à l'analyse experte d'agents IA spécialement entraînés, marquent une nouvelle frontière dans la recherche marketing.



Moniteur du coût de la vie 2025

Une majorité s'attend à une hausse de l'inflation

La huitième édition de notre Moniteur du coût de la vie suit la façon dont les habitants de 30 pays perçoivent leurs finances pendant la « Décennie Inquiète ».

Pour certains pays, il semble que les choses se soient améliorées au cours des 12 derniers mois. Alors que l'inflation a commencé à baisser dans de nombreux pays en 2023, il a fallu un certain temps pour que les gens soient plus satisfaits de la situation. En moyenne dans 30 pays, 37 % déclarent vivre confortablement/s'en sortir, tandis que 32 % s'en sortent tout juste et 27 % ont des difficultés.

Dans les pays interrogés, les sentiments sont mitigés quant à l'avenir. Autant de personnes pensent que leur revenu disponible

augmentera que de personnes pensent qu'il diminuera. Le même nombre pense qu'il restera le même. Cependant, lorsque l'on examine cela au niveau national, les choses sont moins égales.

Beaucoup en Europe et dans les pays anglophones se sentent relativement positifs quant à leur situation financière actuelle. Cependant, ces mêmes pays ne pensent pas que cela restera bon.

La plupart de ces pays sont plus susceptibles de penser que leur revenu disponible diminuera au cours de la prochaine année plutôt qu'il n'augmentera. Même dans un pays comme les Pays-Bas, le pays où les gens sont les plus satisfaits de leurs finances, 35 % pensent que leur

revenu disponible diminuera au cours de la prochaine année.

Les Français sont les plus susceptibles de penser qu'ils auront moins d'argent à dépenser après les factures au cours de la prochaine année, 44 % pensant que leur revenu disponible diminuera. Tandis que 41 % pensent que leur niveau de vie diminuera en 2026, ce qui représente une augmentation de 4 points par rapport à l'automne dernier.



37 % déclarent vivre confortablement/s'en sortir, tandis que 32 % s'en sortent tout juste et 27 % ont des difficultés.

LIRE PLUS

DOWNLOAD

CONTACT

État de la Démocratie 2025

Menaces pesant sur la démocratie en Europe et aux États-Unis

L'édition 2025 de "L'État de la Démocratie" constate une insatisfaction continue quant au fonctionnement de la démocratie.

Dans les neuf pays, la satisfaction a le plus chuté depuis 2024 aux Pays-Bas (-12 points pour atteindre 36 %) et en France (-6 points pour atteindre 19 %), suite à l'instabilité politique dans les deux pays. La Suède reste le seul pays où une majorité est satisfaite du fonctionnement de la démocratie.

À l'exception de la Pologne, il existe un fort sentiment que le fonctionnement de la démocratie est sous pression. Les Pays-Bas et la France sont à nouveau en tête des perceptions négatives, avec

respectivement 76 % et 81 % déclarant que le fonctionnement de la démocratie s'est détérioré.

Malgré l'insatisfaction, des majorités dans la plupart des pays affirment que la démocratie est cruciale pour la société et doit être maintenue. La Croatie est le seul pays où plus de personnes déclarent que la démocratie ne vaut la peine d'être conservée que si elle offre une bonne qualité de vie.

Des majorités dans tous les pays – sauf la Suède – s'inquiètent de l'état de la démocratie au cours des cinq prochaines années. Les fausses nouvelles, le manque de responsabilité des politiciens, la

montée de l'extrémisme et la corruption sont considérés comme les plus grandes menaces pour la démocratie.

En ce qui concerne les solutions potentielles pour renforcer la démocratie, des lois anti-corruption plus strictes et la protection de l'indépendance des tribunaux sont considérées comme des solutions efficaces dans presque tous les pays.

LIRE PLUS

DOWNLOAD

CONTACT



Des majorités dans tous les pays – sauf la Suède – s'inquiètent de l'état de la démocratie au cours des cinq prochaines années.



Malgré les défis économiques et sociaux persistants comme l'inflation et le chômage, un sentiment national plus fort se développe.

Le Tour du Cèdre

L'élan nouveau du Liban en 2025

En 2025, le Liban est prudemment optimiste, comme en témoigne une hausse de l'indice de sentiment des consommateurs d'Ipsos Liban, passant de 34,7 en novembre 2024 à 38,2 en juillet 2025.

Plus de la moitié des répondants estiment désormais que le pays est sur la bonne voie, avec une volonté accrue de faire des achats importants.

Malgré les défis économiques et sociaux persistants comme l'inflation et le chômage, un sentiment national plus fort se développe. Cela inclut une augmentation de la fierté et de la préférence pour les produits

libanais, 73 % des consommateurs ayant augmenté leur utilisation de produits locaux au cours des cinq dernières années.

Les produits libanais sont non seulement considérés comme compétitifs à l'échelle internationale, mais aussi préférés comme signe de solidarité économique. En ligne, le sentiment positif à l'égard du Liban a augmenté de 137 %, selon Ipsos Synthesio, aidé par les changements politiques et l'accent mis sur l'égalité des sexes et les droits des femmes, reconnus comme cruciaux pour le progrès national.

De plus, le secteur du tourisme est

en plein essor, comme en témoignent l'augmentation des arrivées internationales et l'engagement numérique axé sur la culture et l'hospitalité du Liban.

Ces changements indiquent un passage de la simple survie à une trajectoire pleine d'espoir vers la reconstruction, la stabilisation et la réalisation d'une plus grande inclusion et d'opportunités.

LIRE PLUS

DOWNLOAD

CONTACT

Le rapport 2026 sur les meilleures villes du monde

Londres conserve son titre de ville la plus attractive du monde

S'appuyant sur les données d'Ipsos, le rapport 2026 sur les meilleures villes du monde révèle les 100 villes ayant la meilleure réputation à travers le monde.

En collaboration avec Resonance Consultancy, nous avons demandé à 21 000 personnes de 31 pays différents de nous indiquer les villes qui les attiraient le plus comme lieux à visiter, à travailler ou à vivre.

Ces données ont ensuite été combinées avec des métriques de « performance » concrètes, notamment la qualité de l'air, la solidité de l'infrastructure Internet, la disponibilité des espaces verts, la participation de la main-d'œuvre et les données des sites d'évaluation des médias sociaux, afin de déterminer les destinations les plus recherchées

au niveau mondial pour l'investissement, les affaires et le tourisme.

Cette méthodologie unique et intensive a produit le même résultat que l'année dernière – Londres conservant son titre de ville la plus prestigieuse du monde. Elle a obtenu la première position dans trois des 34 sous-catégories (le plus grand nombre de toutes les villes).

Les classements complets et l'analyse peuvent être trouvés sur le site web de Resonance, ainsi qu'une copie téléchargeable du rapport.

Chaque ville a été évaluée en fonction de son habitabilité, de son attractivité et de sa prospérité. En tenant compte de toutes ces considérations, les 10 meilleures villes de 2026 ont été révélées comme suit :

1. Londres, Royaume-Uni
2. New York, États-Unis
3. Paris, France
4. Tokyo, Japon
5. Madrid, Espagne
6. Singapour
7. Rome, Italie
8. Dubaï, Émirats arabes unis
9. Berlin, Allemagne
10. Barcelone, Espagne

LIRE PLUS

DOWNLOAD

CONTACT

Londres a obtenu la première position dans trois des 34 sous-catégories (le plus grand nombre de toutes les villes).

Raccourcis



Au-delà des apparences

Co-écrit par Brice Teinturier, Alexandre Guérin et Arnaud Caré, ce livre s'appuie sur des années d'études et de sondages d'opinion menés par Ipsos pour brosser un portrait plus nuancé de la société française. Il offre un message d'espoir bien argumenté et étayé pour aider à se libérer de la morosité stéréotypée de la nation et à redécouvrir des raisons d'optimisme.

LIRE PLUS



Les guerres culturelles changeantes du Royaume-Uni

Les perceptions de division au Royaume-Uni ont atteint leur point le plus élevé depuis le début des tendances en 2020, 84 % du public déclarant désormais que le pays se sent divisé – contre 79 % il y a deux ans et 74 % il y a cinq ans.

Ces résultats proviennent d'une nouvelle étude menée par le King's College de Londres et Ipsos, dans le cadre d'un programme de recherche qui a débuté en 2020.

LIRE PLUS



De l'épidémie silencieuse à la valeur mesurable

Ce rapport Ipsos recadre la maladie d'Alzheimer comme un multiplicateur de risques pour le système de santé, explorant les effets d'entraînement de la maladie et de sa gestion sur les systèmes de santé mondiaux.

Il propose des commentaires sur les preuves du monde réel, l'économie de la santé et les opportunités de recherche dans le domaine de la maladie d'Alzheimer.

LIRE PLUS



Le répertoire IKC

L'Ipsos Knowledge Centre rassemble les dernières recherches et réflexions d'Ipsos sur un large éventail de sujets dans Le Répertoire. Le contenu va des livres blancs, rapports et podcasts aux publications spécialisées – tous fournissant des informations clés de nos différents marchés à travers le monde. Le Répertoire est régulièrement mis à jour avec de nouveaux contenus.

LIRE PLUS

CONTACT

Toutes les informations contenues dans cette mise à jour Ipsos sont du domaine public – et sont donc accessibles aux collaborateurs et aux clients d'Ipsos.

Le contenu est également régulièrement mis à jour sur notre site web et nos réseaux sociaux.

Veuillez envoyer un e-mail à IKC@ipsos.com pour tout commentaire, y compris des idées de contenu futur.

Photo de couverture : **Fortaleza, Brésil.**
Le Brésil a accueilli la COP30 de cette année – découvrez les attitudes mondiales envers l'événement [ici](#).

www.ipsos.com

@Ipsos